

时评

图书市场逐渐回暖 打造精品仍需攻坚

□赵强

多年来，每年的全国图书零售市场的走势，都是出版业的一个重要指标。因为图书的出版与销售的优劣，无疑是文化产业兴衰的一个晴雨表和风向标。不能否认，持续三年的新冠疫情让出版业和很多行业一样，遭遇前所未有的重创。而在2023年，这个疫情防控转段后的第一年，出版业给图书市场交上了一份怎样的答卷，从权威的数据报告中就能一窥端倪。

近日，来自开卷公司的《2023年图书零售市场年度报告》，引起了很多人的关注。报告中说，纵观2023年图书零售市场，市场码洋同比增长率由负转正，恢复增长态势，同比上升了4.72%，码洋规模为912亿元；13个二级细分市场码洋规模实现正向增长。

应当看到，出版业作为文化产业的一支劲旅，每年市场的起起伏伏也属于正常。尤其是出版业不是“空穴来风”的产业，它受诸多外来因素制约。上述数据看似很简单，其实凝聚着出版业上中下游全产业链条的巨大努力与拼搏。

值得指出的是，短视频、直播渠道

图书市场逐渐回暖，让我们看到了以短视频、直播为代表的渠道的巨大增速潜力。如今短视频一跃成为图书零售市场的第二大渠道，这告诉我们，新渠道的乘风破浪不是偶然的因素，是网络时代的一个必然结果。

的异军突起，改变了图书零售渠道的结构，让短视频一跃成为仅次于电商平台（码洋比重为41.46%）的第二大渠道（码洋比重为26.67%）。

上述数据告诉我们，在一个急速变化的时代，出版业要满足读者日益变化的精神需求，必须与读者同频共振。图书出版也要解答时代之问、生活之问，用那些激励人们斗志，砥砺人心的鸿篇巨制与他们共情、共享，让图书成为精神生活不可或缺的食粮。由此看来，优质的图书内容还是“压倒一切”的刚需。试图在图书市场上博弈、“出圈”，与其为到底让新书在哪个渠道突围而焦

虑，不如以过硬的内容来吸引渠道、激活渠道、畅享渠道！

“内容为王”永远不会过时，这是出版机构出奇制胜的法宝。正如很多人看到的那样，内容是流动的金子，也是一切流量的源头，更是出版融合的金矿。而撬动优质内容的出版与销售，不仅仅是喊一句口号那样简单，它需要出版业的运行机制进一步优化，需要出版人做出极大的努力。

图书市场逐渐回暖，让我们看到了以短视频、直播为代表的新渠道的巨大增速潜力。如今短视频一跃成为图书零售市场的第二大渠道，这告诉我们，新

渠道的乘风破浪不是偶然的因素，是网络时代的一个必然结果。

图书市场逐渐回暖还告诉我们，出版人要热情、快速地拥抱新媒体，要乐见优质图书在新媒体的迅速传播。前不久，很多好书因得力于新媒体的加持，而迅速走进读者视野就是一个例证。如因读者对《我与地坛》的一段书评，抖音上衍生出了“子弹文学”，相关话题登上抖音热榜第一，众多网友也因此在1.5亿次视频的播放中，深深被史铁生的文笔所打动。据统计，2023年抖音读书类内容数量增长922%，平均每天1.4万条；读书类作者增长779%，作者月视频发布量增长1581%。随着12位茅盾文学奖获奖作家、超300家出版社入驻抖音，越来越多的短视频用户走近经典书籍。这等于为纸质书起到了引流作用，甚至连《百年孤独》《资治通鉴》这样难啃的名著，都因为在抖音的短视频播放而畅销。

网络时代，出版人只有自觉地融入时代的洪流中，用读者喜闻乐见的形式和渠道，让好书不断地被看见、被发现，才能实现图书销售的良性循环。

有话直说

短视频要流量 更要质量

□卞广春

1月15日，云南昭通警方发布消息，男子袁某为了“吸粉”，采取挑战粉丝留言方式拍摄低俗视频并进行发布，扰乱了公共秩序，涉嫌寻衅滋事被行政拘留15天。2023年12月28日，有网友提出让袁某挑战到医院用一杯饮料去做尿检，并当着医生的面喝下去。之后，袁某带着摄影人员，拍摄了喝待检“尿液”的全过程。（1月16日红星新闻视频号）

短视频爱好者使用浑身解数，吸引网友的关注，加大短视频的流量，可以理解。不过，没有规矩不成方圆，寻求网络短视频升级发展空间应遵循网络规矩，切忌越规离轨，肆无忌惮。

袁某以挑战粉丝留言方式进行视频拍摄发布，表面上是对网友的尊重，实际上是追求“当网红”不顾一切、不守规矩、任性妄为。他对医护人员戏耍，就是恶意制造事端，扰乱了医院的正常办公秩序。

短视频行业要流量，更要有质量、正方向。做大短视频产业，平台一方面要端正态度，吃透政策，坚决斩断不良短视频的传播链，破立并举，确保短视频运营不偏航、不失体；另一方面要打破“唯数据论”，完善和优化算法推荐机制，强化人工审核，落实主体责任，避免AI审核迎合部分网友偏好，使低俗、恶搞类短视频骗了流量，也带偏了行业节奏。



“自动续费”不能变成“扣费陷阱”

央广网近日报道，很多网络服务提供商为增加吸引力，往往会在付费会员制中，增加“自动续费”的选项，首月支付后，每个月的会员费直接从关联的银行卡或支付平台，以免密支付的方式实现自动扣费。然而，一些消费者关闭了续费功能后仍被持续扣费。

有媒体评论指出，互联网信息行业竞争异常激烈，

APP能否立足，获得长期发展，需要在技术、内容和服务方面下苦功夫，提升消费体验感，从而发自内心地主动“自动续费”。如果只是依靠耍花招，将用户当作“韭菜”收割，那么就会降低APP的口碑和信誉，一旦出现在这方面做得好的可替代品，就会遭到消费者“用脚投票”，成为市场弃儿。

视觉中国

争鸣

新闻背景

1月11日，湖南长沙影院推出“电影开场半小时也能退票”的服务。该项服务由简票集团提供，针对指定影院及影片开展，在电影开场（影票标注开映时间）后30分钟内，观众若是对电影或影城服务不满意，可以申请退款。该项服务是在长沙推出的试点活动，元旦期间在长沙部分影院进行了三天试运营，未来还将再次扩大试点。（1月15日《华商报》）

保障电影消费“后悔权” 应有更多探索

□何勇海

电影“不能退票”“退票要扣手续费”等问题，一直备受消费者吐槽，湖南长沙此番终于有了“电影开场30分钟后能退票”的大胆尝试。这项服务为规范电影市场、促进电影高质量发展提供了助力。有了观影保障，观众更敢买票了，确实值得在全国影院推广。

网友对“电影不好看可否退票”问题早就讨论过。其实，电影看到中途想退票，是实实在在的需求。简票集团设想的不满意退票情形有三种：一是对电影院不满意，比如设备太老旧、大夏天忘了开空调之类；二是最常见的，即对片子质量不满意；三是其他，比如说观影过程中有孩子特别吵之类的，影响了观影体验。此外，就是观众确实临时有事要离场。这些情况下的退票是及时止损。在不少消费领域，消费者都拥有“后悔权”，在电影、演唱会、话剧等文化娱乐消费领域，也应适时探索如何保障消费者的“后悔权”。

担忧看了电影后退票出现负面影响

的观点，是建立在票价全退的基础上。事实上，完全可以根据退票时间距离开场时间的长短进行阶梯式退票。据报道，河南许昌一家影城在2022年就推出中途退半票的服务。观影结束20分钟之内，如果观众觉得电影难看，可到前台办理退还一半费用，退还顾客的是影城所得收益，其余上交院线。但退票的顾客占比并不多。

而长沙部分影院开启的电影退票机制，实行全额退款，且由简票集团承担，不会影响影院的正常经营和票房收入。此举好则好矣，但能否长期坚持有待观察，是否存在自我营销行为也值得打量，后续会不会获得电影行业核心产业链的普遍支持，也不好说。不过，这方面的探索还是值得称道。该集团的探索也给电影业建立退票机制提供了一种思路：由处于电影行业边缘地带的第三方服务机构与片方合作，操作电影退票事宜，损失双方共担。

“30分钟内可退票”，先别急着叫好

□黄齐超

电影开场30分钟内，如果对电影或影城服务不满意，可以申请退票。长沙部分影院开启的退票机制，令无数观众叫好。

据悉，此退票服务由简票集团提供。而这家公司是专注于检票场景的媒体生态运营商。说白了，这是一家公司的“社会性试验”，与电影行业没有内在联系，即没有触及到电影行业核心的产业链。

那么，如果真的是电影行业发起的票务改革，就值得庆幸吗？恐怕也未必。诚然，“开影30分钟内可退票”确实能在一定程度上遏制烂片，倒逼电影公司提高影片质量，但是，我们也不能不提防它的一些负效应。

首先，电影是否好看，往往取决于观众的欣赏水平、主观感受，很难有客观公正的评价标准。没有公认的标准，就等于“无理退票”。从这一点看，如何遏制恶意退票？需要认真考虑对策。

其次，既然设置了“无理由退票”，那么，退票数据就会纳入电影评价体系之中。如此一来，会不会造成一些黑粉先故意大量购票，然后再利用无谓退票来制造热点话题，降低电影评分？也未可知。

再者，倘若真的实施了“开影30分钟内可退票”，就有可能出现另一种我们不愿看到的情景：出品方与创作者把精力主要用在“前30分钟”，进而忽视影片的整体，产出虎头蛇尾的影视作品。这岂不是与倒逼影片质量提升背道而驰？

我们都渴望全程在线的爽片。可是，有些时候，观众会被新片铺天盖地的预告所欺骗，最后无奈含泪看完烂片。我们支持观众满意度与票房挂钩的大胆尝试，但笔者建议，推行票务改革机制要谨慎一些，尽量做到客观公正，并权衡观众、影院和电影公司等多方利益，推动电影行业健康、可持续发展。

江边论道

网文一键“出海”的联动效应

□江江苏



网络文学是出版业的新领地，在人工智能的加持下，浩浩荡荡的中国网络文学正在大举“出海”。而“出海”的方式早已超越原始样式，实现了AI翻译、一键“出海”，满足了各国读者深入了解中国文化的需要。

一键“出海”，这不仅是一个技术进步，它更产生了巨大的联动效应。

首先是时间和成本效应。以往一部文学作品要想“出海”，纸质本的处理速度以月和年计，仅翻译成本动辄数以万计，而在具有深度学习功能的智能化软件面前，翻译效率提升近百倍，翻译成本降低超九成，实现了又快又好。

其次是扩大了传播空间。由于一键“出海”成为翻译“出海”的新趋势，人工智能具有的多语种功能得到极大释放，除了传统的英、法、德、俄、西班牙语种，许多过去较少覆盖的小语种也能迅速传递和落地，这样可以满足随着中国国力增强各国人士对中国文化“全球追更”的要求。

再就是网络文学“出海”在经历出版授权、翻译“出海”、模式“出海”后，正进入“全球共创IP”时代。我们知道IP好比是邮件上必须注明的收件人地址。IP传播是基于圈层的人设营销，IP传播兴起的原因在于信息爆炸和传播关系平等化。而IP商业则可以通过多维开发将IP价值最大化。中国网络文学具有文化融合潜力，包括文字、图片、声音、视频、游戏等，通过核心组织形式IP，产生多种文化之间的自由转换，取得更好的效益。

经过多年努力，我国网络文学不仅已拥有了自己的网文IP生态链，还带动了实体出版、有声、动漫、影视、游戏、衍生品等下游产业的发展。在“全球共创IP”的新阶段，海外网络作家爆发式增长态势明显，网络作家成为海外热门兼职，这是非常可喜的现象。

这些联动效应都源于一个现实，那就是中国文化对于世界各国来讲，并不仅仅是一个好奇的对象，而是对已成为世界第二大经济体的东方大国深度了解的必需。选项可以不同，但指向都是快速发展的东方大国。

“好故事联通世界，新时代妙笔华章”，这是2023年年底在上海举办的国际网络文学周活动主题，也是发展一键“出海”这类以新技术加持于文创活动的动因。一切新技术的背后都是人在驱动，也必须以满足更好地为人服务的宗旨。所以，在出版伦理的实施方面，我们从来没有否认人的地位，特别是在人类命运共同体的宏大理念中，基于审美、传播善念、平等交流的这些伦理原则，是一刻也不能放弃的。

同时，在人工智能大行其道之时，必要的人工防范措施也要留有充要、必选的地位。需要清醒认识的是，今后当然会持续升级人机配合，但在配合中仍然要彰显人的意志，保持民族文化特色，这是一个长远的命题。人类的作用任何时候都不可能马放南山、自废武功。

来论

传承文化就要 将村史记录好、出版好

□孙维国

1月13日，珠海市香洲区凤山街道南溪社区居委会携手香洲区硬笔书法协会，共同举办“笔墨筑梦·献爱南溪”公益主题活动，《溯源南溪》南溪村村史新书正式发布。（1月15日《珠江晚报》）

记录村史，是对一个村庄的历史脉络进行系统整理、深入挖掘，是对过去的致敬和对文化的传承。现代社会，随着城市化进程不断推进，古村落的稀缺性日益凸显，记录村史的意义正体现在激发乡村文化自信、传承乡土文脉、提升居民凝聚力等多个方面。

每个村庄都有着独特的历史和文化底蕴。村史记录着一个村庄的起源、发展和沧桑，包含了丰富的地方风土人情和乡土传统。通过对村史的记录和出版，乡村文脉可以代代相传。让年轻一代了解和继承村庄的文化遗产，打破时间的局限，延续乡土文化的生命力，使其在现代社会焕发出勃勃生机。

记录和出版村史，还可以提升乡村居民的凝聚力。当村民了解到自己所居住的地方有着丰富的历史和文化遗产时，会对自己的家园产生更强烈的认同感。村史可以成为一个凝聚居民情感的纽带，激发大家对于共同家园的热爱和责任心。

如何将村史记录好、出版好？首先，要注重村史的深度挖掘。不但要关注村庄的历史事件、关键人物，还要关注村民的日常生活、传统习俗等，以丰富的细节还原当地文化的方方面面。其次，要借助现代科技手段，建立数字化档案。通过数字化手段，如摄影、录音、视频等，更全面、更直观地记录村史。

此外，要鼓励村民参与到村史的记录中来。可以设立村史志愿者团队，动员村民提供家庭史料、口述历史等，共同参与村史的编写中。

在村史记录和出版的过程中，出版行业大有可为，可以和县区、乡镇、街道的文化部门合作，也可以直接与村级组织联系，给他们提供智力支持，根据对方要求选择纸质出版或数字出版。运作得好，这将成为出版业的一项新业务，也可能成为出版业的一片蓝海。